

# **ПОСТРОЕНИЕ ОБЩЕЙ КОНЦЕПЦИИ АНАЛИТИЧЕСКОГО СЕРВИСА ДЛЯ АНАЛИЗА СТРУКТУРИРОВАННЫХ ДАННЫХ**

**Рудикова Л. В., Усиков А. В.**

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы», Гродно, Беларусь  
e-mail: rudikowa@gmail.com, andrew.usikov@gmail.com*

На сегодняшний день существует достаточное количество готовых решений для оперативного анализа и интеллектуального поиска данных. Однако эти решения представляют собой отдельные продукты с сервис-клиент архитектурой, которые встраиваются в уже готовые системы. Как правило, такие системы требуют также соответствующую поддержку и обучение со стороны разработчика или соответствующих бизнес-центров.

В силу вышеизложенного актуальным становится разработка сервиса для компаний среднего и малого бизнеса с целью предоставления возможности обработки информации, ее анализа и поиска новых знаний в разрезе накопленных данных. С помощью применения результатов его анализа будет возможным усиление производительности работы организации и прогнозирования шагов для увеличения прибыли.

Определим необходимые требования к разрабатываемому сервису. Прежде всего, в сервисе должны присутствовать возможности аналитической обработки данных, интеллектуального поиска данных (алгоритмы добычи данных), использования нейронных сетей для прогнозирования, принятия решений и выявления тенденций, корреляций, типовых образцов и исключений в больших объемах данных. Следует отметить, что каждая из этих возможностей представляет собой независимые части с точки зрения архитектуры. Итак, исходя из предъявляемых требований, аналитический сервис для предоставления прогнозов, описательных и сравнительных сводок данных разрабатывается с использованием многоуровневой архитектуры.

Многоуровневая архитектура обеспечивает группировку связанной функциональности приложения в различных слоях, выстраиваемых вертикально, поверх друг друга. Слои слабо связаны, и между ними осуществляется явный обмен данными. Точное разбивание приложения на слои помогает поддерживать строгое распределение функциональности, что, в свою очередь, обеспечивает гибкость, а также практичность и несложность сопровождения [1].

Спроектированный аналитический сервис будет полезен всем организациями, которые заинтересованы в получении аналитических сводок и другой, ранее неизвестной, информации по своим накопленным данным. В частности, организации могут проводить анализ воздействия рекламы, сегментацию покупателей, поиск особенностей высокодоходных покупателей, анализ предпочтений продуктов, прогнозирование размеров продаж и многое другое.

**Литература**